科技期刊的作者分类方法及作者群建设策略

——以《服装学报》为例

沈天琦[1,2)]，梁惠娥[3,4)]，潘如如[1,2)]

1)江南大学《服装学报》编辑部，江苏省无锡市滨湖区蠡湖大道 1800 号 214122

2)江南大学纺织科学与工程学院，江苏省无锡市滨湖区蠡湖大道 1800 号 214122

3)江南大学设计学院，江苏省无锡市滨湖区蠡湖大道 1800 号 214122

4)无锡学院传媒与艺术学院，江苏省无锡市锡山区锡山大道 333 号 214105

摘要：【目的】针对不同类型的作者提出分类建设策略，以提升稿源质量，实现纺织服装类科技期刊的良性、可持续发展。【方法】以《服装学报》作者为例，根据普赖斯定律、指数计算法、混合选取法，定量分析 2016—2022 年《服装学报》所有作者的发文量和对期刊的影响力，并将其分为"核心作者""进取型作者""潜力作者""成长型作者"4 类，有针对性地提出分类建设策略。【结果】发文量≥5 篇、影响力指数≥5 的作者为《服装学报》的核心作者；发文量≥5 篇、影响力指数≤-5 的作者为进取型作者；发文量为 1 篇、影响力指数≥5 的作者为潜力作者；发文量为 1 篇、影响力指数≤-5 的作者为成长型作者。编辑通过维系核心作者、服务进取型作者、拓展潜力作者、培养成长型作者，进行作者群分类建设，提升稿源质量。【结论】作者群分类建设是科技期刊培养作者队伍、提升论文质量的重要策略，也是推进期刊高质量发展的重要环节。纺织服装类科技期刊需注重作者队伍建设，树牢期刊发展的根基，以增强在行业的学术引领能力。

关键词：科技期刊；纺织服装；作者分类；作者群建设

DOI：

纺织服装产业作为我国的传统产业，在国民经济发展中占有重要地位，我国是世界第一大纺织服装生产国和出口国，且已基本实现纺织强国的目标。近年来，国家大力推进纺织服装产业的转型升级，有关纺织服装领域的研究成果层出不穷，在此过程中，纺织服装类科技期刊起到了至关重要的推动作用。然而，我国在该领域的科技期刊数量较少，2022 年《中国学术期刊影响因子年报（自然科学与工程技术）》[1]显示，纺织科学技术类科技期刊仅 37 种，且高影响力期刊数量较少。2022 年中国纺织工程学会发布的《纺织领域高质量科技期刊分级目录》[2]显示，入选 T1 级（表示已经接近或具备国际一流期刊）的 8 种科技期刊中，中文期刊仅 1 种，这与我国纺织强国的定位是不匹配的。

作者是科技期刊生存、发展的基础和源泉，在科技期刊国际化、网络化、专业化发展的背景下，纺织服装类科技期刊需注重作者的挖掘与培养，提高稿源质量，提升科技期刊的核心竞争力。目前，关于科技期刊作者群建设的研究主要集中在作者群拓展、资源建设、培养方法等方面：田萦等[3]提出作者群拓展的策略及具体实践；于荣利等[4]介绍了利用期刊资源加强作者队伍建设的方法；张研等[5]以"科研团队"为核心，挖掘培养优秀作者群的黄金策略；杨凤霞[6]从维护原有作者群、挖掘新作者、培养年轻作者 3 个方面给出了加强作者队伍建设的有效途径；代艳玲等[7]、赵中波[8]以各自期刊为例，介绍了核心作者挖掘、培育及维护的有效举措。但上述研究大多仅从理论层面提出作者群建设策略，均未从量化指标分类定义作者，无法有针对性地对不同类别的作者进行分类建设。因此本研究以作者发文量和对期刊的影响力为依据，对纺织服装类科技期刊作者进行分类并提出不同作者群的建设策略，以

基金项目：中国高校科技期刊研究会青年基金项目"纺织服装类科技期刊高质量建设的作者分类培养路径"（CUJS-QN-2023-006）。

作者简介：沈天琦（ORCID:0009-0008-9393-860X），硕士，编辑，E-mail:shentq@jiangnan.edu.cn；梁惠娥，教授，博士生导师；潘如如，博士，教授，博士生导师。

期培养优秀的作者群体，提升稿源质量，从而打造具有国际专业水平的纺织服装类学术期刊，推动期刊高质量发展。

1 研究对象与研究方法

1.1 研究对象

《服装学报》为2016年更名的纺织服装领域专业性学术期刊，其以纺织科学为办刊的学理基础，以"工程科技与设计艺术交融"为特色，反映服装科技趋势，服务纺织服装产业发展。文中以《服装学报》为例，对学报2016—2022年的刊文作者进行分类统计、分析。

1.2 研究方法

发文量与影响力是衡量作者学术贡献与学术地位的重要指标，即从研究的"数量"和"质量"进行综合评判。因此，文中将《服装学报》作者发文量以及对期刊的影响力作为分类指标，将发文多、影响力高的作者称为"核心作者"；发文多、影响力低的作者称为"进取型作者"；发文少、影响力高的作者称为"潜力作者"；发文少、影响力低的作者称为"成长型作者"。

对中国知网（CNKI）学术期刊库进行检索，设置文献来源为"服装学报"，选取《服装学报》更名7年来刊发的所有文章，即发表时间设置为"2016年1月1日至2022年12月31日"，共得到679条数据，剔除22条非被引文献，得到可被引文献657篇。将所有数据导出为excel文件格式，通过"分词处理""数据透视表"功能，统计得到2016—2022年《服装学报》共有1094位作者发表了657篇论文。统计每位作者的发文量，并计算作者对期刊的影响力。

文献计量学家普赖斯提出了计算高发文量的公式[9]

$$M=0.749\times\sqrt{N_{\max}} \qquad (1)$$

式中：$N_{\max}$为期刊最高发文作者的发文量。发文量大于M的作者即可认定为高发文作者。

低发文作者按照百分比法确定，根据期刊文献量大小，确定发文量较低的后20%或10%的作者为低发文作者[10]。

作者对刊物的影响力可以用J指数[11]进行评价，其公式为

$$J=N\times\left(\frac{n}{N}-x_{\mathrm{avg}}\right) \qquad (2)$$

式中：J为作者影响力指数；N为作者在本刊的发文总篇数；n为作者在本刊所发论文的总被引次数；x_{avg}为2016—2022年本刊所发论文的篇均被引次数。论文被引次数的统计时间为2023年4月30日。根据期刊影响力指数分布实际情况确定高影响力作者与低影响力作者。

2 结果与分析

根据式（1），《服装学报》最高发文作者为梁惠娥，共发文44篇，即M=4.97篇，则发文量≥5篇的作者为高发文作者。但结合作者发文实际，发文量≥5篇的作者仅有27人，数量较少，因此采用混合选取法[12]，选出发文量≥3篇的作者共108人（约占所有作者数量的10%[10]），判定为高发文作者。

根据式（2），《服装学报》2016—2022年总被引次数为2392，发文总篇数为657，得到x_{avg}为3.6次。分别计算108位高发文作者的J指数，J指数越大，对期刊的影响力越高。108位作者J指数的四分位数分别为5.44，-0.92，-5.92，根据上四分位数和下四分位数值，将$J\geq5$的作者判定为高影响力作者，将$J\leq-5$的作者判定为低影响力作者。

《服装学报》的1094位作者中，有829位作者的发文量仅为1篇，因此发文量为1篇的作者均为低发文作者。式（2）中，当N=1时，若$J\geq5$，则$n\geq8.6$，即单篇被引次数≥9；若$J\leq-5$，则$n\leq-1.4$，根据被引实际，即单篇被引次数为0。

综上，发文量≥5篇、$J\geq5$的作者为《服装学报》的核心作者；发文量≥5篇、$J\leq-5$的作

者为进取型作者；发文量为 1 篇、$J \ge 5$（即单篇被引次数≥9）的作者为潜力作者；发文量为 1 篇、$J \le -5$（即单篇被引次数为 0）的作者为成长型作者。

2.1 核心作者

筛选发文量≥5 篇、$J \ge 5$ 的作者，结合其在研究中的实际贡献度，得到 22 位高发文、高影响力作者，即本刊的核心作者（见表 1）。

表 1 《服装学报》核心作者

序号	作者	单位	本刊发文量/篇	J 指数	序号	作者	单位	本刊发文量/篇	J 指数
1	王宏付	江南大学	18	69.48	12	李俊	东华大学	4	12.44
2	沈雷	江南大学	17	69.12	13	周星	日本爱知大学	3	12.08
3	叶远丽	圣华盾防护科技股份有限公司	3	35.08	14	梁惠娥	无锡学院/江南大学	44	11.84
4	柯莹	江南大学	8	28.88	15	陈彬	东华大学	4	9.44
5	崔荣荣	浙江理工大学	16	22.76	16	叶洪光	武汉纺织大学	5	7.8
6	邱华	江南大学	4	22.44	17	张守用	三明学院	4	7.44
7	陈东生	江西服装学院/闽江学院	9	19.24	18	李敏	东华大学	6	7.16
8	任祥放	江南大学	3	16.08	19	高敏	东华大学	3	7.08
9	蒋高明	江南大学	4	14.44	20	傅佳佳	江南大学	4	5.44
10	薛哲彬	苏州大学	3	13.08	21	洪文进	义乌工商职业技术学院	3	5.08
11	郑广泽	青岛大学	3	13.08	22	梁建芳	西安工程大学	3	5.08

2.2 进取型作者

筛选发文量≥5 篇、$J \le -5$ 的作者，结合其在研究中的实际贡献度，得到 24 位高发文、低影响力作者，即本刊的进取型作者（见表 2）。

表 2 《服装学报》进取型作者

序号	作者	单位	本刊发文量/篇	J 指数	序号	作者	单位	本刊发文量/篇	J 指数
1	张竞琼	江南大学	20	-45.8	13	方丽英	浙江理工大学	4	-9.56
2	陈郁	上海工程技术大学	7	-22.48	14	刘让同	中原工学院	3	-8.92
3	陈建伟	青岛大学	10	-17.4	15	周倜	苏州大学	3	-8.92
4	孔凡栋	浙江理工大学	6	-13.84	16	钱坤	江南大学	4	-8.56
5	曲洪建	上海工程技术大学	7	-13.48	17	丛洪莲	江南大学	4	-7.56
6	方琦	上海工程技术大学	4	-11.56	18	李晓强	江南大学	4	-7.56
7	贾蕾蕾	江南大学	4	-11.56	19	杨瑞华	江南大学	5	-7.2
8	李艳梅	上海工程技术大学	5	-11.2	20	高光	成都服道衣品技术服务有限公司	3	-6.92
9	陈敏之	浙江理工大学	3	-10.92	21	胡守忠	上海工程技术大学	3	-5.92

10	何瑛	浙江理工大学	3	-10.92	22	金玲	广东技术师范学院	3	-5.92
11	胡霄睿	江南大学	3	-10.92	23	柯宝珠	上海工程技术大学	3	-5.92
12	尚笑梅	苏州大学	4	-10.56	24	季晓芬	浙江理工大学	4	-5.56

2.3 潜力作者

筛选发文量为 1 篇、$J\geq5$（即单篇被引次数≥9）的作者，综合考虑作者目前的工作单位及其近两年的科研活跃度，得到 19 位高影响力、低发文的作者，即本刊的潜力作者（见表 3）。

表 3 《服装学报》潜力作者

序号	作者	单位	论文被引次数	序号	作者	单位	论文被引次数
1	乔南	河北科技大学	26	11	朱伟明	浙江理工大学	11
2	乔辉	江南大学	18	12	马新安	西安工程大学	11
3	高爱波	烟台南山学院	16	13	郭晓芳	内蒙古师范大学	9
4	杨娜	中国人民大学	15	14	袁梦秋	山东外贸职业学院	9
5	刘红	河南工程学院	14	15	任春	苏州高等职业技术学校	9
6	杜劲松	东华大学	13	16	刘育红	北京服装学院	9
7	侯玉	南京艺术学院	13	17	张国云	四川美术学院	9
8	邢明杰	青岛大学	13	18	杨小明	东华大学	9
9	骆顺华	山东工艺美术学院	12	19	黄珍珍	闽江学院	9
10	孙洁	江南大学	12				

2.4 成长型作者

发文量为 1 篇、$J\leq-5$（即单篇被引次数为 0）的作者为成长型作者。此类作者人数较多，故文中不详细列举。经统计，成长型作者投稿时大多为硕士研究生或纺织服装企业中的技术管理人员。

3 不同作者群建设策略

3.1 维系核心作者

核心作者在纺织服装领域具有较高的学术影响力，其论文质量高、撰写规范，且他们对期刊比较信任，发文量高，因而巩固和壮大核心作者队伍是科技期刊作者群建设的重要内容。

3.1.1 采取编辑分管模式

由表 1 可以看出，《服装学报》的 22 位核心作者中，有 10 位是本刊第一届或第二届编委会成员，占比 45.45%，说明编委是期刊核心作者的重要来源。编委们均为纺织服装领域的权威人士，了解当前行业热点与学术前沿信息，且对期刊工作比较热心，为期刊发展作出了一定贡献。编辑应高度重视编委工作，加强与编委的情感沟通，定期维系，并关注其团队的最新研究动态，利用微信公众号宣传编委的科研成果和获奖情况，以细致周到的服务吸引其对期刊的长期支持。《服装学报》编辑部对编委采取了编辑分管的服务模式，每位编辑有固定负责的编委，通过节日问候、一对一服务等人文关怀，让编委感受到期刊对他们的尊重；编辑也会有针对性地向所负责的编委或其团队约稿，并为编委的优秀来稿建立"绿色通道"，帮助其快速发表。《服装学报》目前每期都有刊登编委或其团队撰写的稿件，2023 年第 2 期刊登的 13 篇论文中，有 8 篇来自编委约稿，说明编辑分管模式成效显著。纺织服装类科技期刊应根据编委研究方向与编辑的专业特长，为每位编委分配合适的责任编辑，提供专属服务。

3.1.2 激发专家积极性

表 1 中的 22 位核心作者中有 19 位是《服装学报》的审稿专家，占比 86.36%，说明审稿专家也是科技期刊的重要维系对象。审稿专家是期刊学术质量的把关者，专家审稿过程中通过与编辑的交流，对期刊的情感日益增进，这为后期吸引专家成为期刊学术共同体成员打下基础。《服装学报》共有 12 个栏目，每位编辑固定负责 3 个栏目，这样编辑可以对所负责领域的学科动态进行及时追踪，着重提升编辑在该领域的专业知识，以便在初审时对稿件进行有效把关，确保送审稿件的质量，增加审稿专家对期刊的好感。编辑部可以将专家进行分类，对审稿质量高、周期快、数量多的专家，除颁发优秀审稿专家证书外，还给予稿件优先发表、推荐他人稿件等权利；而有些专家审稿积极性不足，编辑部则应加大与这些专家的沟通，了解其需求，并制定有针对性的激励措施，以提升期刊在审稿专家心中的地位。此外，可以邀请专家在期刊发表系列论文，就服饰文化、智能服装等行业热点推出系列科研成果，如《服装学报》在 2018 年连续 3 期发表本刊核心作者、民俗学家周星教授的论文《实践、包容与开放的“中式服装”》，也因此，周星教授对本刊一直保有极高的认可度。

3.2 服务进取型作者

由表 2 可以看出，24 位进取型作者大多为高校、科研院所的研究人员，以及服装企业中的技术和管理人员，他们的学术活跃度较高，但其所发文章对本刊的影响力较低，其原因主要有 2 个方面：①作者研究领域比较小众、冷门，关注的读者较少，导致文章被引量、下载量均较低；②作者研究成果较多，但将重要的成果发表于国外期刊或国内权威期刊上，在本刊发表的为一般性成果，学术创新性相对不足。针对上述问题，编辑部可以从以下方面着手，服务进取型作者。

3.2.1 扩展学术成果传播渠道

小众的研究领域虽读者群体较小，但针对性强，编辑部可以通过新兴的传播渠道进行文献的精准传播。例如，期刊可以培养一批在纺织服装行业内有一定影响力的 KOC（key opinion consumer，关键意见消费者）作为忠实读者，针对不同主题的文章选择相关领域的 KOC 帮助转发、分享，实现传播效果的裂变。《服装学报》还通过重庆非晓数据科技有限公司开发的“学术期刊精准传播系统”进行论文关键词与作者研究领域的精准匹配，向相关学者定向推送 2021 年、2022 年《服装学报》的论文，收获了很好的反响，有读者特意发邮件给编辑部，赞扬了这种推送模式。编辑也可让每位作者推荐几名同领域的潜在读者，采取一对一发送邮件的形式向其推送期刊信息和相关文章，在传播学术成果的同时，也对期刊进行了推广。纺织服装类科技期刊也应注重集群化建设，通过合作举办学术交流会，聚拢专家资源，以及共享网络传播渠道，分享学术信息等方式，发挥各方优势，实现期刊传播能力的提升。

3.2.2 注重期刊学术服务建设

目前许多国内学者都倾向于将学术成果在国外期刊发表，尤其是纺织领域等理工科专业的学者，他们认为国外期刊影响力大，且投稿难度比国内的小，更有利于研究成果的推广。对此，国内纺织服装类科技期刊需加强学术服务建设，优化审稿流程，缩短出版时滞，与作者建立良好的合作关系。目前，《服装学报》加强了责任编辑的初审力度，初审退稿率约为 60%，被初审退稿的作者在一周内即可得到详细的退稿意见，为其节省了宝贵的时间；送外审的稿件普遍质量较高，专家退稿率仅为 10%左右，有效减少了在外审环节的时间消耗。对于热点、前沿选题的高质量稿件及重大科研成果，《服装学报》会向主编申请快速发表通道，例如 2020 年新冠疫情期间，一篇题为《疫情防控期间医用防护服的供需形势及生产建议》的论文在 2020 年 5 月 11 日收稿后加急进行外审，最终 6 月 15 日即见刊，且收获了很好的反响。纺织服装类科技期刊应注重提升学术服务水平，充分利用学报网站、微信公众平台等媒介，做到新稿及时处理、送审稿件及时追踪、稿件问题及时反馈，急作者所急，解作

者所需，吸引进取型作者将优秀的成果留在祖国大地上。

3.3 拓展潜力作者

由表 3 可以看出，《服装学报》的 19 位潜力作者均为高校科研人员，长期从事纺织服装相关领域的研究，有一定学术影响力，但他们更愿意往国际期刊或国内权威期刊投稿，导致在本刊的发文较少，因此吸引其投稿为潜力作者拓展的关键。

3.3.1 关注高级职称作者

《服装学报》作为纺织领域高质量科技期刊，虽还不是核心期刊，但专业性强，特色鲜明，在行业内具有较高的知名度和良好的口碑，已经得到专家学者的认可，所发表的科研成果推广、传播、应用效果较好。但是，许多年轻学者因职称晋升的要求，必须将论文投到核心期刊，而高级职称作者一般没有职称压力，受科研指标的约束较小，且他们团队成员较多，学术成果较丰富，因此是编辑部重点关注的作者。表 3 的 19 位潜力作者中，有 7 位为正高职称，6 位为副高职称，编辑部需抓住这 13 位具有高级职称的潜力作者，积极走访其所在高校，通过该校的本刊编委或“铁杆粉丝”引荐，建立组群，及时了解潜力作者的科研项目进展，约定论文投稿计划，发表其本人及其团队成员的文章；还可将高级职称潜力作者发展为审稿专家甚至编委，加大期刊在其心中的分量，力争达到作者与期刊的共赢。目前，13 位高级职称潜力作者中，已有 7 位成为《服装学报》的审稿专家，1 位发展为第二届编委会委员，在他们成为审稿人或编委后，4 位向本刊再次投稿且均已录用。高级职称作者投稿选刊时较为重视期刊的学术质量[13]，因此纺织服装类科技期刊应紧盯行业科技前沿，通过精心策划选题吸引高级职称作者投稿，把学术成果与时代需要相结合，增强期刊学术引领能力。

3.3.2 鼓励作者参与办刊

专家学者往往对行业热点及未来发展方向有着独特的见解和判断，尤其是一些学术活跃度较高的作者，他们经常参加各类行业会议、论坛、讲座，了解最新的学术动态，其中不乏许多《服装学报》的潜力作者。潜力作者在本刊的发文较少，编辑部应积极与其联系，鼓励他们深度参与办刊，围绕当前纺织服装领域学术研究热点与前沿，策划有价值的专栏，并参与约稿、组稿，使相关学术成果能够系列发表，这也是帮助作者提升学术地位和学术影响力的有力举措。目前，《服装学报》已成功邀请浙江理工大学朱伟明教授策划“服装数字化营销”专栏，王志成副研究员策划“可持续服装”专栏。纺织服装类科技期刊应积极鼓励潜力作者参与办刊，使他们既成为论文的创造者、推广者，又成为期刊的建设者，进而拉进期刊与潜力作者之间的距离；同时，期刊积极帮助潜力作者推广学术成果，从而以点带面提升期刊的社会影响力，起到双赢的效果。

3.4 培养成长型作者

成长型作者以硕士研究生和纺织服装企业中的技术管理人员为主要群体。硕士研究生从事纺织服装相关学术研究时间较短，研究不够深入，且所投论文内容一般与毕业论文相关。目前纺织服装相关高校的硕士研究生毕业要求大多为发表 1 篇与研究方向相关的学术论文，因此许多作者满足毕业要求后便不再展开进一步研究。而服装企业中的技术管理人员发表论文也多是因职称评审需要，稿件质量不高。基于此，编辑应从大量成长型作者中挖掘学术热情高、有深造需求、善于发现问题并解决问题的作者，为其提供系列指导，培养其成为未来的科研新星。

3.4.1 帮助挖掘选题

许多成长型作者有较高的研究热情，但对当前的研究热点不敏感，尤其是纺织服装企业的技术人员，他们的论文注重工厂实际，有较强的应用性，但没有紧跟行业发展趋势。近几年，纺织服装行业新技术快速发展，可持续材料、智能可穿戴、数字化设计等方向成为研究

热点，而企业员工作为一线工作者，能够接触到最先进的技术和设备，编辑部如果为他们提供选题指导，或许能收获既有实用性又具创新性的稿件。因此，编辑部可以每年出一份“重点选题指南”，以“命题作文”的形式发布，帮助作者找准方向，激发其写作热情。此外，企业作者所投稿件的规范性相对较差，论文可读性较低，对于这些选题有价值但还未达到期刊发表要求的投稿论文，编辑要善于提炼文中有价值的内容，帮助作者理清思路、提高写作能力，以提升作者的信心。

3.4.2 与青年学者共成长

《服装学报》虽为专业性学术期刊，但作为高校学报，自然成为许多学生发表论文处女作的园地。《服装学报》2016 年更名成功，当时由于稿源缺乏，有 1/3 的稿件来自本校的硕、博士研究生，虽然许多学生的论文写作水平一般，但编辑们运用自己的专业知识不厌其烦地与学生沟通、交流，指导其修改文章，引导他们培养学术思维。《服装学报》微信公众平台也会发布一些论文写作方法与技巧，通过对实际案例的解读，帮助作者提升科研及写作能力。许多作者在投稿过程中得到了锻炼与提升，如今他们中有人已经成为副教授甚至教授，《服装学报》的影响力也在稳步提升，真正做到了期刊与青年学者共成长。37 种纺织科学技术类科技期刊中，有 11 种期刊的主办单位为高等院校，这些期刊应充分利用学校的学科优势、历史传统与地域特色，发挥好科技期刊培育人才队伍的重要作用。

4 结语

本研究以《服装学报》为例，从作者发文量和对期刊的影响力两个指标对作者进行分类，并提出纺织服装类科技期刊作者群建设策略。研究得出：核心作者以期刊编委和审稿专家为主，编辑部可以通过编辑分管的模式维系核心作者，并注重激发专家的积极性；进取型作者学术活跃度较高，但因研究领域小众或不愿将重要成果投给本刊，导致其所发文章对本刊的影响力较低，应从扩展学术成果传播渠道、注重期刊学术服务建设两方面服务进取型作者；潜力作者在本刊发文较少，编辑可以从高级职称作者着手，鼓励作者参与办刊，吸引潜力作者投稿；成长型作者多为硕士研究生和纺织服装企业中的技术管理人员，其稿件质量普遍不高，因此编辑可以帮助他们挖掘选题，为其提供系列指导，使他们与期刊共同成长。

但是本研究仅以《服装学报》为例，样本来源单一，未来可以综合分析多个纺织服装类科技期刊数据，从多主体视角展开探讨，使结果更具说服力和指导价值。

参考文献：

[1]中国科学文献计量评价研究中心，清华大学图书馆.中国学术期刊影响因子年报（自然科学与工程技术）（2022 年）[R].北京:《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司,2022.

[2]中国科协科学技术创新部.高质量科技期刊分级目录总汇第二版发布公告[EB/OL].(2022-12-16)[2023-04-20].https://www.cast.org.cn/art/2022/12/16/art_43_204853.html.

[3]田萦,郑云峰,钟莺,等.技术类期刊作者群的拓展[J].编辑学报,2019,31(1):91-93.

[4]于荣利,陈国荣.利用期刊资源加强学术期刊作者群建设策略[J].编辑学报,2017,29(S1):32-33.

[5]张研.以“科研团队”为核心：科技期刊培养优秀作者群的黄金策略[J].编辑学报,2022,34(6):705-708.

[6]杨凤霞.新形势下学术期刊作者队伍建设的探讨[J].科技与出版,2020(12):122-124.

[7]代艳玲,朱拴成.科技期刊核心作者群的建立与培养[J].编辑学报,2019,31(3):343-346.

[8]赵中波.科技期刊应重视发现与培育核心作者——以《有色金属科学与工程》为例[J].编辑学报,2018,30(1):74-76.

[9]凡庆涛,杜赟,谢海涛,等.基于文献计量方法的我国情报学领域核心作者分析研究[J].情报工程,2020,6(3):105-119.
[10]刘雪立.基于 Web of Science 和 ESI 数据库高被引论文的界定方法[J].中国科技期刊研究,2012,23(6):975-978.
[11]岑伟,郑小光,罗晓琪,等.科技期刊作者群的评价和优化[J].编辑学报,2018,30(S1):129-131.
[12]刘奕杉,王玉琳,李明鑫.词频分析法中高频词阈值界定方法适用性的实证分析[J].数字图书馆论坛,2017(9):42-49.
[13]王娟.科研人员投稿选刊影响因素差异研究——基于学科和职称维度[J].中国科技期刊研究,2023,34(1):32-38.

Author classification method and author group construction strategy of sci-tech journals

—taking *Journal of Clothing Research* as an example

SHEN Tianqi[1,2], LIANG Hui'e[3,4], PAN Ruru[1,2]
1)Editorial Department of *Journal of Clothing Research*,Jiangnan University,1800 Lihu Road,Binhu District,Wuxi 214122,China
2)College of Textile Science and Engineering,Jiangnan University,1800 Lihu Road,Binhu District,Wuxi 214122,China
3)School of Design,Jiangnan University,1800 Lihu Road,Binhu District,Wuxi 214122,China
4)School of Media and Arts,,Wuxi University,333 Xishan Road,Xishan District,Wuxi 214105,China

[Purposes] In order to improve the quality of manuscript sources and realize the benign and sustainable development of textile and clothing sci-tech journals, this paper put forward the classification construction path for different types of authors. **[Methods]** Taking the authors of *Journal of Clothing Research* as an example, according to Price's Law, index calculation method and mixed selection method, this paper quantitatively analyzed the number of articles published by all authors of *Journal of Clothing Research* from 2016 to 2022 and calculated their influence on the journal, divided them into four categories: "core authors", "enterprising authors", "potential authors" and "growth authors", and puts forward a targeted classification construction path. **[Findings]** Authors whose published articles more than 5 and influence indexes more than 5 are the core authors of *Journal of Clothing Research*,whose published articles more than 5 and influence indexes less than -5 are the enterprising authors. Authors with 1 article volume and an impact index of more than 5 are potential authors,while with 1 article volume and an impact index of less than -5 are growth authors. Editors can carry out the classification construction of author groups and improve the quality of manuscript sources by maintaining core authors, providing services to enterprising authors， expanding potential authors and cultivating growth authors. **[Conclusions]** The construction of author group classification is not only an important strategy to cultivate excellent authors and improve the quality of papers, but also an important link to promote the high-quality development of sci-tech journals. Textile and clothing sci-tech journals need to pay attention to the construction of author teams, establish a solid foundation for the

development of journals, and enhance their academic leadership abilities in the industry.
Key words: Sci-tech journals; Textile and clothing; Author classification; Author group construction

[作者贡献声明]：

沈天琦：提出研究选题，设计研究框架，收集与分析数据，撰写与修改论文；
梁惠娥：进行总体指导，修改选题、框架和论文；
潘如如：进行总体指导，修改和审核论文。